

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA E-COFFEE SURABAYA)**



Oleh:

NUR HANI MAULIDA

NPM: 10.1.02.04597

Program Studi: Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA**

2014

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA E-COFFEE SURABAYA)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

Oleh:

NUR HANI MAULIDA

NPM: 10.1.02.04597

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2014

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA E-COFFEE SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**NUR HANI MAULIDA
NPM: 10.1.02.04597**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 22 Maret 2014**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Prof. Dr. Soedjono, MM

Anggota : 1. Drs. Ec. Mashariono, M.M

2. Drs. Soebari Martoatmodjo, M.M

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

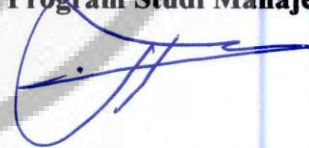
Oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Ec. Mashariono, M.M

Ketua Program Studi Manajemen



Dra. Tri Yuniati, M.M

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NUR HANI MAULIDA

N.P.M. : 10.1.02.04597

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA E-COFFEE SURABAYA)

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 22 Maret 2014, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 22 Maret 2014

Yang membuat pernyataan,



Nur Hani Maulida

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : **NUR HANI MAULIDA**
 NPM : 10.1.02.04597
 Program Studi : S-1 Manajemen
 Tempat/Tanggal Lahir : Gresik, 9 September 1992
 Agama : Islam
 Jumlah Saudara/Anak ke : 3 (tiga) / 4 (empat)
 Alamat Rumah : Jl. Mutiara 5.1 No. 27 Perum. Kota Baru
 Driyorejo Gresik
 Status : Belum Kawin

B. ORANG TUA

Nama : H. Mawardi
 Alamat Rumah : Jl. Mutiara 5.1 No. 27 Perum. Kota Baru
 Driyorejo Gresik
 Alamat Kantor : Jl. Raya Granit Kumala 11B No. G23-24
 Perum. Kota Baru Driyorejo Gresik
 Pekerjaan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri Petiken II Gresik Tahun 2004
2. Tamat SLTP di MTs Negeri 2 Surabaya Tahun 2007
3. Tamat SLTA di SMA Negeri 11 Surabaya Tahun 2010
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - VIII	2010-2014	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

NUR HANI MAULIDA

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis diberikan kekuatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA E-COFFEE SURABAYA)”** untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan S.E., M.S.A., Ak. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniarti, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Mashariono, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi masukan, bimbingan dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama dibangku perkuliahan.

5. Seluruh dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan ilmu dan sesuatu yang berharga serta bermanfaat selama kuliah.
6. Pimpinan serta para karyawan E-coffee Surabaya yang telah banyak membantu sehubungan dengan penelitian penulis.
7. Abah dan mama tercinta yang telah menuntun, mendidik, membesarkan tanpa kenal lelah. Terima kasih atas doa restu, dukungan, semangat, dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Abang Ilham, abang Daus, kak Furi, mbak Fitri yang terus memberikan motivasi kepada penulis.
9. Spesial kepada Moch. Imron Rosyadi (Kebo) dan teman-teman seperjuangan dalam pengerjaan skripsi diantaranya: Vidya nyai, Danny cepot, mas Eko, Nonot dan mas Donny.
10. Teman-teman SM-3 angkatan 2010 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan kalian. Terima kasih atas memori tak terlupakan yang kalian torehkan dalam perjalanan hidup penulis selama masa perkuliahan.
11. Sahabat-sahabat tersayang alumni SMAN 11 angkatan 2007 (Dhani, Iput, Arum, Lyla tambayong dan mbak kiko Arin)
12. Teman-teman Probest, SBO TV, Sonora Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Namun, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu guna kesempurnaan skripsi ini maka

saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pikiran yang berharga bagi semua pihak.

Surabaya, 22 Februari 2014

Penulis

(Nur Hani Maulida)



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
 BAB 1 : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
 BAB 2 : TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN	
HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Teoretis	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran Jasa	14
2.1.3 Pengertian Jasa	15
2.1.4 Bauran Pemasaran	19
2.1.5 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	28
2.1.6 Perilaku Konsumen	31
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian	38
2.1.8 Hubungan Bauran Pemasaran dan <i>Word of</i> <i>Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	41
2.1.9 Penelitian Terdahulu	42
2.2 Rerangka Pemikiran	43
2.3 Perumusan Hipotesis	45
 BAB 3 : METODA PENELITIAN	 46
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	46
3.1.1 Jenis Penelitian	46
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian	46
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	47

3.3	Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1	Jenis Data	48
3.3.2	Sumber Data	48
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	49
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	49
3.4.1	Variabel Independent	50
3.4.2	Variabel Dependent	52
3.5	Teknis Analisis Data	52
3.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.5.2	Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.5.3	Uji Simultan (F hitung)	58
3.5.4	Uji Parsial (t hitung)	60
BAB 4	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Hasil Penelitian	61
4.1.1	Sejarah Perusahaan	61
4.1.2	Struktur Organisasi	62
4.1.3	Jadwal Kerja Karyawan	65
4.1.4	Daftar Menu Makanan dan Minuman	66
4.1.5	Dokumenter	70
4.2	Pembahasan	73
4.2.1	Profil Responden	73
4.2.2	Distribusi Frekuensi	78
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	97
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	99
4.2.5	Analisis Regresi Berganda	104
4.2.6	Koefisien Determinasi (R^2)	107
4.2.7	Uji Hipotesis	108
4.2.8	Koefisien Determinasi Parsial	116
BAB 5	: PENUTUP.....	118
5.1	Simpulan	118
5.2	Saran	119
	JADWAL PENELITIAN	120
	DAFTAR PUSTAKA	121
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Bauran Pemasaran Yang Diperluas Untuk Jasa	25
2. Batas-Batas Daerah Test Durbin-Watson	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kekamin	73
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Produk	79
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Harga	81
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Promosi	83
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Tempat	85
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Orang	87
11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Proses	89
12. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Bukti Fisik	91
13. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel <i>Word of Mouth</i>	93
14. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian..	95
15. Pengujian Validitas	97
16. Pengujian Reliabilitas	99
17. Uji Multikolinearitas	100
18. Regresi Linear Berganda	104
19. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	107
20. Hasil Perhitungan Uji F	109
21. Hasil Perolehan t_{hitung} dan Tingkat Signifikan	111
22. Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Sederhana Proses Pemasaran	13
2. Model Perilaku Konsumen Jasa	32
3. Model Perilaku Konsumen	37
4. Model Lima Tahap Pembelian Konsumen	38
5. Rerangka Pemikiran	44
6. Logo E-coffee Surabaya	62
7. Struktur Organisasi E-coffee Surabaya	63
8. Desain Luar E-coffee Surabaya	70
9. Desain Ruangan <i>Outdoor</i>	71
10. Desain <i>Smoking Area</i>	71
11. Desain <i>Non-Smoking Area</i>	72
12. Desain <i>Very Important Person (VIP) Room</i>	72
13. Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin	74
14. Grafik Berdasarkan Usia	76
15. Grafik Berdasarkan Pekerjaan	78
16. Grafik Berdasarkan Variabel Produk	80
17. Grafik Berdasarkan Variabel Harga	82
18. Grafik Berdasarkan Variabel Promosi	84
19. Grafik Berdasarkan Variabel Tempat	86
20. Grafik Berdasarkan Variabel Orang	88
21. Grafik Berdasarkan Variabel Proses	90
22. Grafik Berdasarkan Variabel Bukti Fisik	92
23. Grafik Berdasarkan Variabel <i>Word of Mouth</i>	94
24. Grafik Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	96
25. Heteroskedastisitas pada Regresi Linier Berganda	102
26. Hasil Perhitungan Uji Normalitas	103

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Daftar Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuisisioner
- Lampiran 4 Hasil Output SPSS
- Lampiran 5 Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
- Lampiran 6 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Surat Pengantar Ijin Riset
- Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 9 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian

